CAPITOLO 7

CONTESTO E OBIETTIVI DELLA RICERCA

Nei capitoli precedenti abbiamo delineato un quadro teorico a supporto della possibilità e della validità della costituzione di comunità virtuali di apprendimento. Per dare un riscontro empirico a quanto sostenuto, soprattutto alla luce del fatto che la maggior parte degli studi che abbiamo citato sono stati effettuati in paesi nei quali la diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) è sensibilmente maggiore che in Italia, abbiamo ritenuto opportuno effettuare una ricerca sulla propensione di un campione di potenziali utenti a fruire di un percorso di apprendimento on line caratterizzato dalla creazione di una comunità virtuale di apprendimento. L'indagine, lungi dal presentarsi come esaustiva e completa, si pone esclusivamente l'obiettivo di raccogliere elementi utili alla valutazione delle opportunità, delle potenzialità e dell'atteggiamento degli utenti verso questa nuova ed interessante modalità di organizzazione e conduzione di iniziative di formazione a distanza.

Prima di addentrarci nell'analisi delle modalità di effettuazione e dei risultati della nostra indagine, è necessario soffermarci sulla situazione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel nostro paese e sul loro utilizzo in ambito formativo.

7.1

L'atteggiamento degli italiani verso le ICT

Una delle ricerche più recenti sull'utilizzo delle tecnologie ICT in Italia è il Rapporto innovazione e tecnologie digitali in Italia, redatto dal Centro Studi del Ministro per l'Innovazione e le Tecnologie nel dicembre 2003.

Il Rapporto, sottolineando la necessità di una maggiore diffusione delle tecnologie digitali, dipinge un paese che si posiziona, per utilizzo di ICT, al 65% della media dei paesi UE e al 40% degli Stati Uniti.

Quello che preoccupa nel Rapporto è la persistenza di fasce di cittadini assolutamente esclusi, per scelta o per necessità, dall'accesso alle ICT. Tali fasce

corrispondono in larga misura con le categorie socialmente più deboli (anziani, disabili, bassi redditi), quelle tra l'altro che ne beneficerebbero maggiormente (Rapporto Mininnovazione, 2003).

L'approccio della ricerca è sistemico: i vari elementi costitutivi dell'innovazione sono considerati quali parti di un sistema integrato, nel quale ciascun elemento presenta un fortissimo grado di interdipendenza dagli altri, creando un sistema complesso di interazioni reciproche (fig. 7.1)

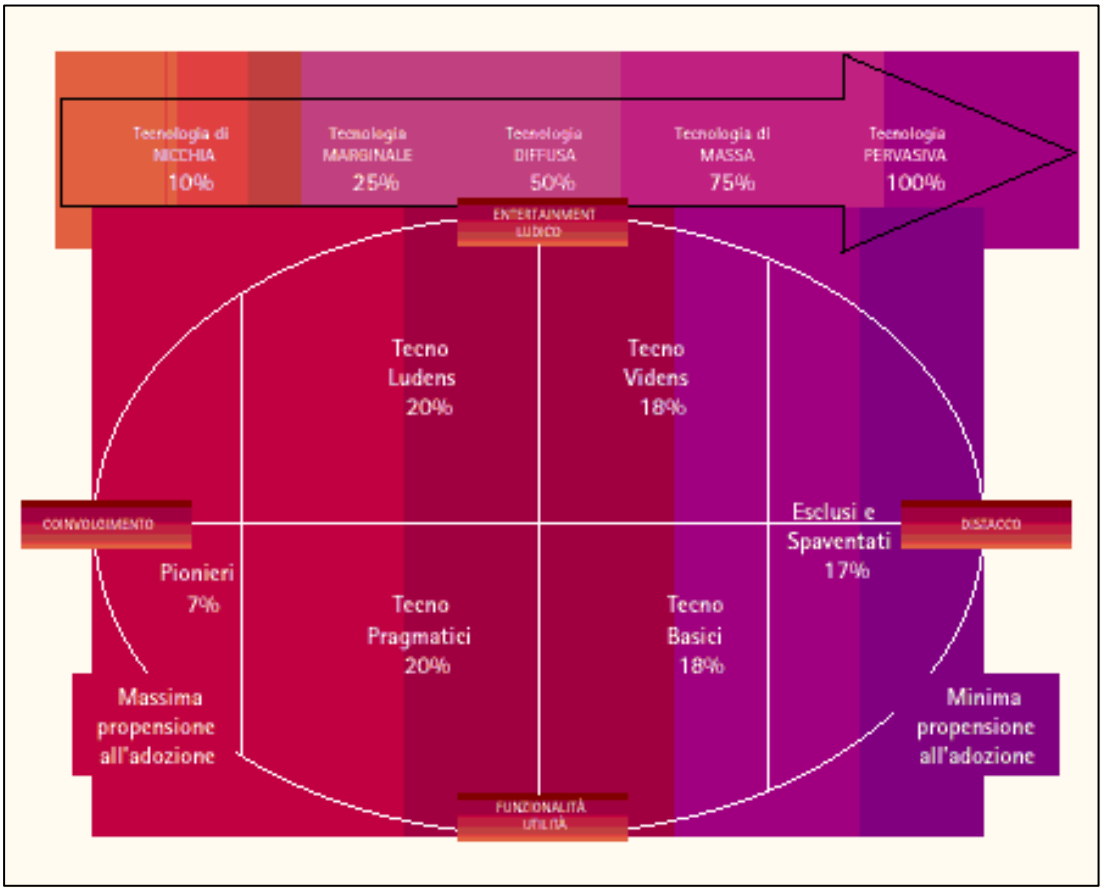

Fig. 7.1 Il modello sistemico dell'innovazione digitale

Tra i diversi elementi, quello che riscuote il maggior interesse per la nostra ricerca è l'attitudine verso le ICT. Considerando tramontato il sogno utopistico di un villaggio globale, il Rapporto riscontra anche nella popolazione italiana più che una cultura uniforme, una serie di atteggiamenti nei confronti delle tecnologie, che consentono di segmentare la popolazione italiana in diverse culture. I rapporti tra le diverse culture sono stati delineati in base a due dimensioni fondamentali, la maggiore o minore propensione all'adozione

di nuove tecnologie e la dimensione ludica rispetto a quella funzionale. La segmentazione così ottenuta consente di disegnare una mappa dell'atteggiamento dei cittadini verso le tecnologie (fig. 7.2).

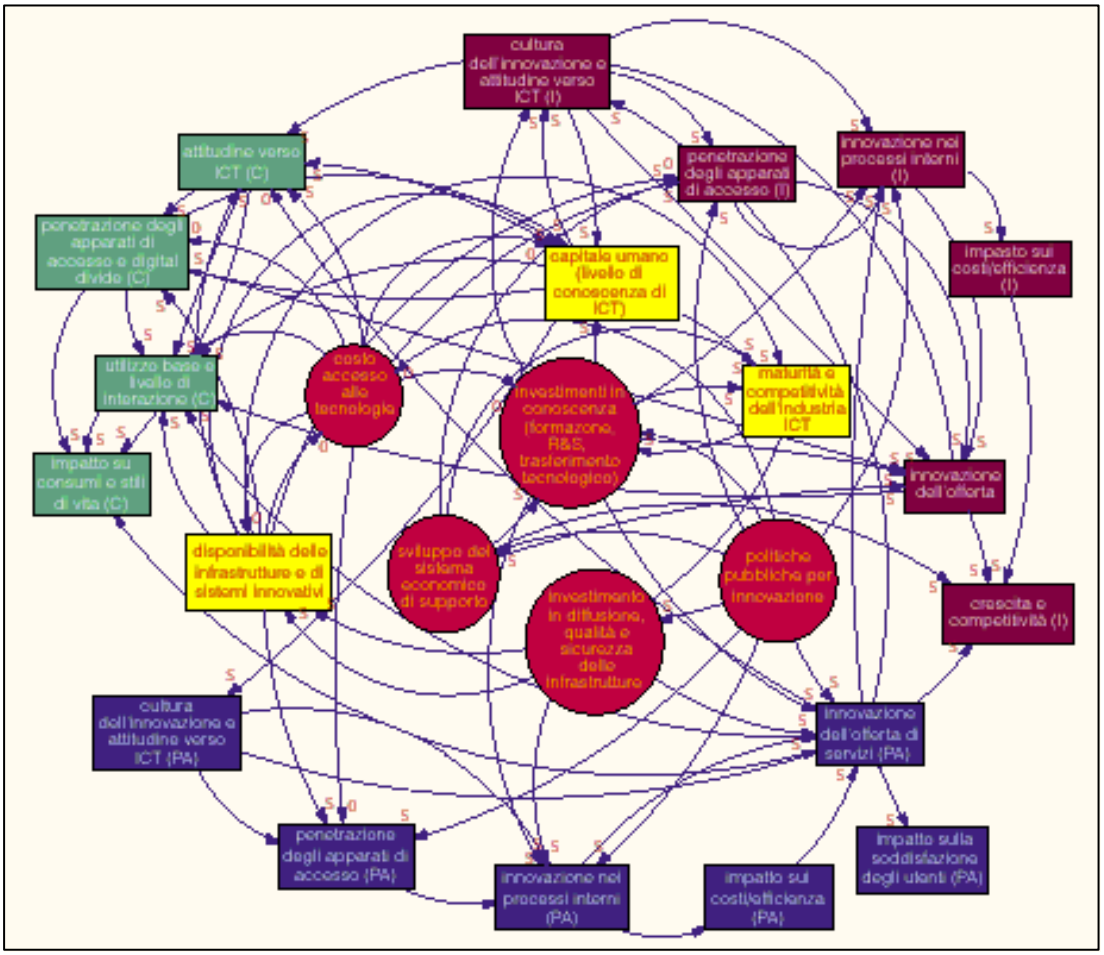

Fig. 7.2 Il rapporto dei cittadini con le tecnologie secondo la mappa socioculturale

Il Rapporto delinea per ciascuna categoria un profilo socio-demografico. Tale suddivisione ci è risultata utile per delineare le caratteristiche dei destinatari della nostra ricerca. Riportiamo in una tabella i profili delle 6 diverse "culture tecnologiche" individuate, unitamente al dato percentuale raccolto dal Rapporto su un campione significativo della popolazione nazionale.

PIONIERI (7% della popolazione 14- 74 anni)	La tecnologia non è un puro strumento ma un piacere.
TECNO- PRAGMATICI (20% della popolazione 14- 74 anni)	Attivano con la tecnologia un rapporto di tipo strumentale. L'adozione di un nuovo device/ servizio diventa per loro interessante solo nel momento in cui aiuta davvero a migliorare oggettivamente la qualità della vita. La tecnologia è per loro un medium neutro, visto al servizio dello sviluppo delle possibilità umane.
TECNO- LUDENS (20% della popolazione 14- 74 anni)	E' il target caratterizzato dall'approccio più ludico e finalizzato all'intrattenimento. Sono portati a una fruizione passiva guidata da una logica di tipo broadcasting, a cui si associa però una propensione sperimentale e di ricerca delle connotazioni di moda data dalle novità in se e per sé.
TECNO- VIDENS (18% della popolazione 14- 74 anni)	Associano alla tecnologia un valore prevalentemente di status, anche se non dispongono dell'alfabetizzazione di base minima per potervi accedere. Ciò comporta un atteggiamento fortemente passivo che si riflette nelle dinamiche di adozione e di fruizione

TECNO- BASICI (18% della popolazione 14- 74 anni)	Il risultato di una dialettica tra interesse e timore per le nuove tecnologie è una dotazione basica ma sufficiente per poter attivare tutte le risorse in grado di supportare il loro stile di vita attivo.
ESCLUSI E SPAVENTATI (16% della popolazione 14- 74 anni)	Estranei per ragioni di scolarità e reddito e intimoriti per un fondamentale senso di inadeguatezza generazionale (sono i più anziani) rappresentano un target proiettato al passato, che riflette una piattaforma tecnologica ridotta ai minimi termini e spesso gestita da terzi (Figli, famigliari più giovani)

Un altro dato interessante, rilevato in una indagine ancora più recente, il "Rapporto statistico sulla società dell'informazione in Italia 2004" (Mininnovazione, 2004), presentato nel maggio di quest'anno, è quello relativo alla diffusione dei Pc e degli accessi ad Internet tra gli studenti ed i lavoratori, le due categorie che costituiranno il target della nostra indagine. Secondo il documento, redatto sempre dal Centro Studi del Ministro per l'Innovazione e la Tecnologia, l'Italia sarebbe assolutamente in linea con gli altri Paesi europei nell'adozione di strumenti ICT per scopi didattici e quindi per diretta fruizione degli alunni. In particolare risultano ormai capillarmente diffusi PC ed Internet che hanno raggiunto rispettivamente il 95% e l'80% degli istituti. È stato così ottenuto nel 2003 il rapporto di 1 PC ogni 13 studenti e, per la fine del 2004, si prevede di raggiungere la media europea di 1 PC ogni 12.

Per quanto riguarda i lavoratori, il documento sottolinea come ormai PC ed Internet non scendono mai sotto il 95% nelle imprese con più di 20 addetti a causa della loro necessità ormai pressoché imprescindibile nella normale attività lavorativa.

A livello domestico il Rapporto, dopo aver evidenziato come ormai oltre la metà delle famiglie italiane possiede un PC, per la precisione il 51%, sottoli-

nea un certo divario tra il numero delle famiglie con accesso ad Internet in Italia, pari al 35% del totale, e la media europea, posizionata al 44%, nonostante l'incremento di collegamenti sia in linea con gli altri paesi. All'interno delle famiglie le categorie che ancora mostrano un ridotto uso della rete rimangono casalinghe ed anziani, mentre dirigenti, studenti, impiegati ed insegnanti mostrano un'adozione sempre maggiore.

Per completare il quadro, un dato relativo all'e-learning, rilevato sempre nel Rapporto: la spesa per l'e-learning, cresciuta di oltre il 130%, ha raggiunto l'8% della spesa totale per la formazione. Ma al di là del dato economico, qual è la situazione dell'e-learning nel nostro paese?

7.2

Il panorama dell'e-learning nel nostro paese: le aziende

Il dato economico presentato innanzi è sintomatico della sempre maggiore crescita e diffusione dell'e-learning anche nel nostro paese, rilevabile anche in una ricerca svolta dall'Assintel e dalla Camera di Commercio di Milano nel 2003. Tale indagine fornisce un esauriente quadro economicistico del mercato dell'e-learning, in grande sviluppo, soprattutto per una delle tre componenti del mercato, quella dei contenuti, che si prevede prenderà nel 2004 il sopravvento sulle altre due, le tecnologie ed i servizi. Tra il campione nazionale, solo poco più del 9% delle aziende realizza o prevede di realizzare iniziative di e-learning, che però in un terzo delle stesse ha un peso in termini temporali uguale o superiore al 50% dell'intera formazione. Ma oltre ai dati economici e statistici, l'indagine dell'Assintel fornisce un'indicazione delle motivazioni che spingono un'azienda ad adottare progetti di e-learning. I vantaggi attesi rilevati sono, in ordine di importanza, la prospettiva di un miglior utilizzo del tempo, la possibilità di un aggiornamento continuo dei contenuti, la riduzione dei costi ora/utente e la flessibilità di orario nella fruizione del corso. Tra gli altri vantaggi attesi citati segnaliamo la garanzia di una elevata qualità dei contenuti e la maggior personalizzazione del percorso formativo.

Gli aspetti economici hanno quindi un peso importante sulla scelta di esperienze e progetti di e-learning, tale da farci considerare il rischio che la scelta sia determinata, ma soprattutto vincolata, dall'applicazione di politiche di riduzione dei costi, che, una volta presa coscienza della complessità e della qualità possibile di progetti formativi on-line, verrebbero sicuramente disattese.

La ricerca dell'Assintel conclude con una serie di suggerimenti pratici per la realizzazione di e-learning in ambito aziendale, che tentano di spostare il focus da elementi squisitamente economici ad aspetti più pregnanti e utili per le nostre riflessioni, quali la necessità di una accurata analisi dei bisogni degli utenti, un approccio pluralistico che non tralasci gli aspetti pedagogici e motivazionali, la necessità di integrare, soprattutto nei percorsi formativi complessi, le iniziative di formazione on line con momenti di formazione tradizionale in aula, l'attenzione ai processi di valutazione e verifica.

7.3

Il panorama dell'e-learning nel nostro paese: le università

Nonostante solo l'8% delle Università italiane abbia una offerta di e-learning a regime, il numero degli Atenei interessati a tale modalità è in costante crescita e supera il 70% del totale delle Università italiane. Questi dati sono stati raccolti dall'Osservatorio E-Learning dell'Anee, la commissione contenuti e servizi multimediali di Assinform (Anee, 2003), che per il primo anno estende l'indagine, oltre che alle Aziende, anche alle Università.

Interessante è notare come tra le variabili che caratterizzano l'e-learning secondo l'Anee ci sia l'interattività, sia con i materiali che umana: l'interattività umana favorisce la creazione di contesti collettivi di apprendimento.

Il punto sulla situazione dell'e-learning è stato fatto in un recente convegno organizzato dall'Università di Siena che prevedeva due giornate di studio sul tema "L'influenza dell'e-learning sui sistemi informativi delle istituzioni accademiche", nel corso delle quali si è andati ben oltre gli aspetti puramente informatici. Nell'incontro si è infatti sottolineato come attraverso le università

possono arrivare spinte innovative, con l'idea di vedere nell'e-learning uno strumento per affermare modelli partecipativi. L'ambiente accademico è risultato nel convegno decisamente orientato alla realizzazione di iniziative di e-learning di notevole qualità, privilegiando modalità basate sulle *net learning communities* (Andronico, 2004), una ulteriore denominazione del fenomeno che in questo scritto definiamo comunità virtuali di apprendimento.

L'università italiana quindi registra alcune esperienze ormai consolidate di ottimo livello e discreto successo.

Citiamo per esempio l'esperienza del Politecnico di Milano con la laurea on-line di ingegneria informatica, illustrata dal rettore Giulio Ballio nel convegno "Comunità in rete: apprendimenti, morfologie e strutture", svoltosi lo scorso novembre nell'ambito del Forum Formazione di Somedia. Altra esperienza consolidata è quella del consorzio Nettuno, che ha saputo evolversi nel tempo ed integrare le innovazioni tecnologiche, passando da una modalità di formazione via TV piuttosto individualistica, sviluppata precedentemente alla diffusione del PC, ad una piattaforma integrata di ICT con ampio utilizzo di materiali multimediali e notevole attenzione all'interazione personale tra i diversi attori. E' inoltre doveroso citare un'esperienza che vede la partecipazione del nostro Ateneo, quella della SISS on-line, la Scuola Interateneo di Specializzazione per l'insegnamento Secondario. Il percorso formativo della SISS prevede l'alternarsi di azioni didattiche formative in presenza e on-line, come momenti complementari ed integrati. L'attività on-line è supportata da una serie di strumenti tecnologici, tra i quali i forum, oggetto tra l'altro di una ricerca sull'interazione comunicativa (Savardi, De Bernardi, Bianchi, Lazzeri, 2004).

L'analisi teorica e le esperienze significative ci consentono di focalizzare quella che ormai è diventata la sfida della formazione a distanza: la necessità di superare la difficoltà di interazione, una delle componenti più ostiche in un corso on-line, come rileva Rowntree.

Rowntree (1996) identifica nell'abilità di interazione, cioè nella capacità di condividere risorse, di collaborare per risolvere problematiche comuni, di "stare in gruppo", una dei prerequisiti necessari ma più difficili da acquisire

per un reale apprendimento on-line, collocandolo all'apice di una curva dell'apprendimento (fig. 7.3). L'applicazione del paradigma delle comunità virtuali di apprendimento potrebbe costituire una risposta adeguata a tale difficoltà.

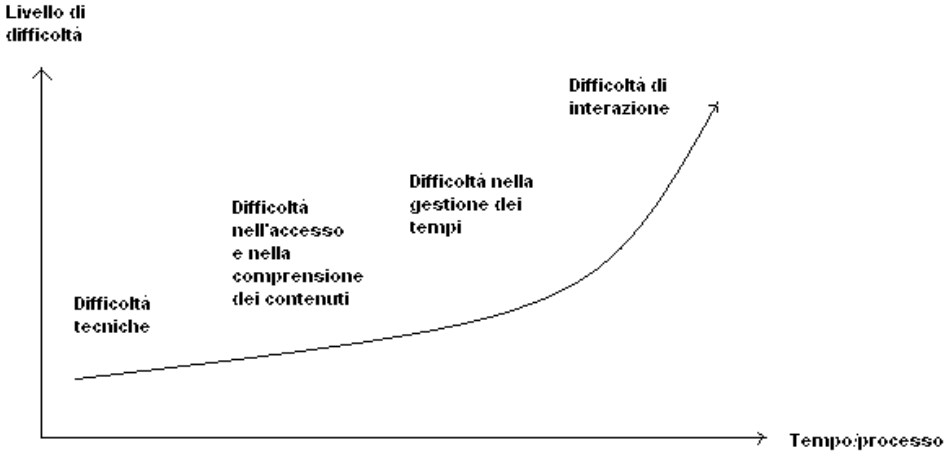

Figura 7.3 Curva dell'apprendimento di Rowntree

7.4

Obiettivi dell'indagine

Nei paragrafi precedenti abbiamo cercato di delineare il contesto con il quale qualsiasi iniziativa nell'ambito della formazione supportata dalle ICT deve confrontarsi.

Alla luce di quanto suesposto, ci siamo resi conto della necessità di affiancare alla disamina teorica, oggetto dei capitoli precedenti, una rilevazione che ci consentisse di cogliere l'atteggiamento di un gruppo di potenziali utenti sulle comunità virtuali di apprendimento.

Nel definire il campione oggetto dell'indagine ci siamo quindi indirizzati verso tipologie di persone che potrebbero essere, o potrebbero essere stati, utenti di corsi di formazione on-line. Abbiamo individuato quindi come potenziali soggetti lavoratori, soprattutto del settore dei servizi, e studenti, sia dell'ultimo anno delle scuole superiori che universitari.

L'obiettivo che ci siamo posti è duplice:

- valutare l'influenza di variabili demografiche o legate alla familiarità con gli strumenti informatici sull'approccio dei potenziali utenti verso le comunità virtuali di apprendimento;
- raccogliere le percezioni di utilità (o di inutilità) di una serie di strumenti informatici che la letteratura o esperienze significative indicano come possibili elementi di un ambiente di apprendimento a sostegno delle comunità virtuali.

Oltre a questi obiettivi principali ci siamo posti anche quello di indagare sulle aspettative più generali verso le comunità virtuali di apprendimento, nel tentativo di comprendere quali aspetti trovano un maggior rilievo nell'immaginario dei potenziali utenti.

L'indagine, a partire dal rilievo della diffusione del computer tra categorie e nel contesto oggetto della ricerca, cerca di mettere a fuoco come il suo utilizzo possa modificare gli atteggiamenti dei potenziali partecipanti ad un corso di formazione on-line.

Esamineremo nel capitolo che segue la costruzione del questionario e l'analisi del campione.